



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Perancangan promosi untuk Ruangles dilakukan sebagai salah satu cara membangun *awareness* dikalangan masyarakat. Kegiatan promosi selain membangun *awareness*, juga dilakukan agar Ruangles dapat menjadi pilihan utama masyarakat saat ingin mencari guru les. Keuntungan dalam mempromosikan Ruangles ini bersifat mutualisme antara Ruangguru dan konsumen. Ruangles dapat menjadi medium yang dapat membantu kebutuhan masyarakat akan mencari guru les.

Perancangan awal dilakukan dengan mencari ide dan konsep yang sesuai dengan target. Saat telah menemukan ide, dilakukan penetapan media dan jangka waktu untuk melakukan promosi. Proses promosi dilakukan dengan menggunakan teori AISAS. Pemilihan teori ini karena promosi lebih banyak dilakukan secara digital. Pertimbangan pemilihan media berdasarkan media yang sering digunakan dan dijumpai oleh target. Perancangan promosi untuk Ruangles diawali dengan merancang sketsa yang kemudian divisualisasikan melalui foto, video yang diaplikasikan pada sosial media serta *website*. Perancangan promosi ini lebih memfokuskan kepada media *online*. Fokus dari perancangan Ruangles ini adalah menampilkan keseruan dalam belajar bersama guru les. Tujuan utama dalam promosi ini adalah menarik siswa untuk mendaftarkan diri di Ruangles dan pada akhirnya melakukan pemesanan. Promosi tidak dilakukan secara *directly*, karena

kemungkinan untuk ditolaknya lebih besar. Sehingga perancangan promosi ini dilakukan dengan pendekatan secara emosional mengenai apa yang sering dirasakan dan membuat seseorang malas belajar dengan guru les. Promosi dilakukan dengan media utama *website*, karena *website* mengandung banyak informasi dan dapat menghubungkan dengan akun media sosial lainnya. Walaupun sebagian besar promosi dilakukan dengan media *online*, promosi secara *offline* juga dilakukan. Media *outdoor* dilihat oleh banyak orang dan dapat memberikan peluang untuk menangkap *attention* dari masyarakat.

5.2. Saran

Setelah melewati serangkaian proses prancangan, ada beberapa saran yang dapat penulis bagikan kepada pembaca.

1. Pentingnya mencari data selengkap mungkin sebelum melakukan perancangan. Data yang didapatkan tidak hanya dari pihak perusahaan, tapi dapat berasal dari target audiens yang ingin dituju. Kelengkapan jenis data bisa berasal dari wawancara, FGD, kuesioner serta observasi. Kelengkapan data dapat membantu dalam menyusun konten promosi.
2. Melakukan eksplorasi sketsa secara berkali-kali agar mendapatkan hasil yang terbaik. Melakukan sketsa lebih dari sekali, agar dapat memilih hasil visualisasi yang cocok dan terbaik. Sehingga sesuai dengan konsep perancangan dan target, sehingga pesan dapat diterima dengan baik oleh target audiens yang dituju.